

ASURANSI TAKAFUL: PROSPEK DAN TANTANGANNYA

Oleh : Achmad Sobirin, dan Muchsin Muthohar

Pendahuluan

Dewasa ini perhatian terhadap nilai-nilai syari'ah Islam terhadap mu'amalah khususnya dibidang ekonomi menjadi semakin besar. Lembaga perekonomian yang terjalin dengan pranata keagamaan makin menggejala dimana-mana dan kini sedang tumbuh mencari bentuk untuk dapat diterima ditengah-tengah masyarakat. Gejala semacam ini berawal dari terbentuknya Bank Perkreditan Rakyat (BPR) Nusuma yang merupakan kerjasama antara Summa Grup dengan Nahdatul Ulama (NU), yang sebenarnya tidak (belum) sepenuhnya menerapkan konsep syari'ah, namun BPR ini telah berusaha untuk mengurangi praktek rentenir bagi pelaku ekonomi lemah. Dari sini kemudian muncullah institusi-institusi ekonomi lain yang dioperasikan berdasarkan prinsip-prinsip ekonomi dengan sejauh mungkin mengikuti tuntunan syari'ah Islam.

Keterkaitan antara aspek ekonomi dan aspek keagamaan ini semakin menyatu dan melembaga dengan lahirnya Bank Muamalat Indonesia (BMI) sekitar dua tahun yang lalu dan kemudian disusul dengan berdirinya BPR-BPR Syari'ah. Terakhir, pada bulan Maret lalu telah

dibentuk pula Syarikat Tafakul Indonesia (STI), sebuah organisasi resmi akan beroperasi pada bulan Juni mendatang bertepatan dengan 1 Muharam 1415 H.

Seperti halnya dengan BMI dan BPR Syari'ah, STI inipun landasan operasionalnya juga mengikuti tuntunan syari'ah Islam. Asuransi semacam ini sering disebut dengan asuransi takaful.

Kehadiran ketiga lembaga ini di Indonesia merupakan fenomena baru yang perlu dikaji lebih lanjut karena ketiga lembaga ini "unious" jika dibanding dengan lembaga sejenis yang konvensional. Tulisan ini dimaksudkan untuk mengkaji beberapa prospek dan tantangan yang mungkin akan dihadapi oleh asuransi tafakul di Indonesia.

Pandangan Islam Terhadap Asuransi

Di Indonesia pengertian asuransi diatur dalam kitab Undang-undang Hukum Dagang. Asuransi atau pertanggungan adalah suatu perjanjian, dengan mana seorang penanggung mengikatkan diri kepada seorang tertanggung, dengan menerima premi. Untuk memberikan penggantian kepadanya karena suatu kerugian, kerusakan atau kehilangan keuntungan yang diharapkan, yang

Drs. Achmad Sobirin, MBA adalah dosen tetap Fakultas Ekonomi UII.

Drs. Muchsin Muthohar, MBA adalah dosen tetap Fakultas Ekonomi UII, saat ini menjabat Direktur P3EI Fakultas Ekonomi UII.

mungkin akan dideritanya karena suatu peristiwa yang tak tertentu (KUHD, pasal 246). Selanjutnya KUHD pasal 247 menyatakan: "Pertanggungan itu antara lain dapat mengenai bahaya kebakaran, bahaya yang mengancam hasil-hasil pertanian yang belum dipanen, jiwa satu atau beberapa orang, bahaya laut dan perbudakan, bahaya yang mengancam pengangkutan didarat, di sungai dan diperairan darat".

Sementara itu William Jr. and Heins (1989, pp. 243-244) memberikan pengertian asuransi dari dua sudut pandang. Bagi pemegang polis (individu/lembaga yang mengasuransikan dirinya), asuransi merupakan proteksi terhadap kerugian finansial dimana kerugian tersebut akan ditanggung oleh perusahaan asuransi (insurer). Jadi, disini asuransi merupakan *transfer device*. Bagi perusahaan asuransi, asuransi adalah suatu alat yang digunakan untuk mengumpulkan dana yang berasal dari individu-individu atau dari perusahaan-perusahaan yang mengasuransikan dirinya. Dari dana inilah klaim mereka akan dibayarkan. Jadi, bagi perusahaan asuransi, asuransi merupakan *retention and combination device*.

Dari pengertian diatas dapat ditarik benang merah tentang asuransi yaitu :

1. Asuransi merupakan upaya manusia untuk mengurangi kerugian finansial yang disebabkan karena yang bersangkutan meninggal dunia atau kerugian-kerugian material lainnya.
2. Upaya tersebut dilakukan dengan cara mengalihkan resiko kerugian kepada pihak lain. Untuk itu tertanggung membayar premi dengan jumlah tertentu dan penanggung (perusahaan asuransi) berkewajiban memenuhi kewajibannya

jika pada suatu hari tertanggung benar-benar mengalami musibah.

3. Dalam setiap asuransi terdapat tiga unsur pokok yaitu obyek yang dipertanggungkan berupa jiwa atau benda, premi pertanggungan dan perusahaan asuransi yang bertanggung jawab untuk ganti rugi pertanggungan.

Yang sering dipertanyakan adalah, apakah upaya manusia untuk mengurangi resiko melalui cara berasuransi tidak bertentangan dengan syari'ah. Para ahli fiqh masih mempertentangkan hal ini. Sebagian dari mereka ada yang setuju dengan asuransi dan sebagian yang lain tidak (Basyir, 1993, p.2).

Walaupun masih dipertentangkan, tetapi secara prinsip Islam tidak melarang keberadaan asuransi selama tidak bertentangan dengan syari'ah. Bahkan pada dasarnya konsep mutual insurance (asuransi bersama) seperti yang dewasa ini kita kenal, berasal dari suatu sistem yang disebut *ta'awun* yang diperkenalkan oleh Rasulullah saw di Madinah pada tahun kedua Hijriyah (Yusuf 1993, p.8). Dengan sistem ini baik orang kaya maupun yang miskin, baik kaum muhajirin maupun anshor diwajibkan menabung dalam jumlah tertentu. Tujuannya untuk memberi pertolongan kepada salah satu anggota keluarga yang kena musibah: entah karena ditawan oleh musuh dan harus menebusnya, meninggal dalam perang ataupun kerugian-kerugian lainnya.

Namun dalam praktek, asuransi konvensional seperti yang sekarang kita kenal banyak menyimpang dari konsep adila. Dilihat dari sudut pandang Islam, beberapa cacat yang terdapat pada asuransi konvensional adalah sebagai berikut :

- (1) Adanya unsur ketidak pastian (gharar)

Unsur ketidak pastian dalam perjanjian asurnasi konvensional dianggap tidak sejalan dengan syarat sahnya suatu perjanjian dalam hukum Islam. Dalam asuransi konvensional, misal asuransi jiwa tertanggung dapat mengetahui secara pasti jumlah uang yang akan diterimanya bila musibah yang dipertanggungungkan menimpanya. Tetapi pada sisi lain, tertanggung tidak akan pernah tahu berapa total premi yang akan dibayarkan sampai terjadinya musibah yang dipertanggungungkan tersebut.

- (2) Adanya unsur judi (maisir)

Pembelian premi asuransi dan judi mempunyai karakteristik yang sangat mirip. Misalnya, baik pemegang polis maupun penjudi kemungkinan akan memperoleh jumlah yang lebih besar atau lebih kecil dari uang yang telah dibayarkan, tergantung *chance*-nya. Hal ini tergambar secara jelas bila tertanggung karena suatu hal membatalkan kontrak asuransinya, maka pemegang polis tidak akan menerima kembali premi yang telah dibayarkan. Kalaupun premi tersebut diterima kembali, jumlahnya tidak sepadan dengan premi yang telah dibayarkan. Namun, bagi kaum kapitalis, asuransi konvensional dianggap tidak sama dengan judi, karena judi betul-betul bersifat spekulatif tetapi asuransi tidak (William Jr. and Heins. p.244). Menurut pandangan Islam, baik bersifat untung-untungan

merupakan kegiatan yang bersifat judi.

- (3) Adanya unsur riba

Unsur ini muncul pada umumnya menyangkut pola investasi dari dana yang terkumpul yang berasal dari premi para pemegang polis. Seperti kita ketahui, keuntungan yang diperoleh perusahaan asuransi sebagian besar adalah berasal dari investasi yang mengandung unsur bunga (riba).

Dengan memperhatikan beberapa kelemahan asuransi konvensional dan dipihak lain asuransi pada dasarnya tidak dilarang agama, maka perlu dicari jalan keluarnya bagaimana agar asuransi tersebut tidak bertentangan dengan syari'ah Islam. Untuk itu perlu adanya suatu bentuk asuransi alternatif yang sejalan dengan syari'ah. Bentuk asuransi semacam ini sering disebut asuransi takaful.

Asuransi Takaful

Takaful berasal dari bahasa Arab yang berarti saling bertanggung jawab untuk tolong menolong atau perlindungan bersama. Sikap dan budaya memikul tanggung jawab bersama untuk saling tolong menolong menuju kebaikan, dituntut dalam Islam sebagai suatu ibadah (Al Maidah 2). Nampaknya, hal inilah yang dijadikan dasar pijakan utama adanya tafakul.

Secara umum ada dua aspek utama yang terkandung dalam konsep takaful yaitu *konsep kerjasama dan konsep perlindungan*.

Konsep kerjasama

Sebagai individu kita punya keterbatasan untuk melindungi diri dan

keluarga. Oleh karena itu kita wajib berserah diri pada Allah SWT. Namun, hanya berserah diri saja tidaklah cukup. Untuk itu kita wajib berikhtiar, paling tidak untuk meminimumkan resiko. Sering terjadi, usaha yang diupayakan secara individual (misal menabung untuk keperluan pengobatan) jauh dari memadai. Adanya kenyataan seperti itu, maka upaya lain bisa dilakukan secara bersama-sama, misalnya secara bersama memberi derma (tabarru') yang dikumpulkan dalam bentuk tabungan. Kalau jumlah anggotanya banyak, walaupun masing-masing derma/iurannya kecil, maka secara total jumlahnya diharapkan cukup untuk melindungi anggota yang terkena musibah.

Konsep perlindungan

Pada kehidupan sehari-hari masyarakat modern seperti yang kita alami dewasa ini, kita akan selalu berhadapan dengan berbagai macam resiko kehilangan tempat tinggal dan resiko ke tidak beruntungan lainnya. Sebagai umat Islam kita wajib percaya bahwa musibah itu kehendak Allah, namun kewajiban kita juga untuk mencari jalan keluar untuk mengurangi resiko tersebut. Oleh karena itu perlu ada suatu bentuk perlindungan, misalnya semacam asuransi.

Jika kedua aspek dalam takaful tersebut diterapkan, maka akan diperoleh suatu bentuk asuransi baru yang bersendikan saling tolong menolong dan kerjasama untuk saling membantu dan saling melindungi dengan penuh rasa tanggung jawab apabila ada peserta yang terkena musibah. Dengan kata lain, dasar filosofis asuransi tafakul adalah "Penghayatan semangat saling bertanggung jawab, kerjasama dan perlindungan dalam

kegiatan-kegiatan sosial menuju tercapainya kesejahteraan umat dan persatuan masyarakat" (Basyir, 1993, p.5). Dasar falsafah ini dapat dilaksanakan dengan cara saling mengikatkan diri dalam suatu perikatan atas dasar keikhlasan untuk saling tolong menolong dengan kewajiban serta hak yang jelas diantara sesama peserta perikatan yang bersendikan syariat Islam. Bentuk kewajiban diwujudkan dengan adanya iuran/premi sejumlah tertentu yang terbagi dalam dua bagian yang jelas porsinya, yaitu tabungan dan derma. Bagian tabungan ini akan tetap menjadi milik peserta dan pada akhirnya akan dikembalikan kepada peserta, sedangkan bagian derma dari awal perikatan sudah diikrarkan untuk tujuan itu. Adapun hak dari setiap peserta adalah akan menerima derma dari peserta lainnya sejumlah tertentu apabila suatu musibah menimpa seseorang peserta. Sehingga, asuransi takaful pada dasarnya tidak berbeda dengan asuransi konvensional, dan bahkan dalam operasionalnya mempunyai beberapa nilai lebih relatif terhadap asuransi konvensional. Nilai lebih tersebut diantaranya adalah :

1. Tiga cacat dalam asuransi konvensional, seperti tersebut diatas, tidak ditemukan dalam asuransi takaful.
2. Premi yang terkumpul akan diinvestasikan kedalam usaha-usaha yang tidak bertentangan dengan syari'ah Islam.
3. Adanya kejelasan ikrar porsi bagi hasil yang dapat diterima oleh peserta asuransi/tertanggung dari pihak penanggung.
4. Perikatan bersama didasarkan atas azas dari peserta untuk peserta dan oleh peserta. Jadi posisi penanggung/insurer

bukan sebagai pemilik dana, melainkan sebagai pengelola dana.

Bentuk Umum Asuransi Takaful

Di Indonesia, keberadaan perusahaan asuransi diatur dalam Undang-undang No. 2 tahun 1992. Walaupun asuransi takaful belum diatur dalam Undang-undang tersebut, namun secara umum dapat dikatakan bahwa bentuk usaha asuransi takaful tidak bertentangan dengan ketentuan perundang-undangan dan peraturan lain yang berlaku (Abdulcadir, 1993, p.1).

Agar kegiatan bisnis asuransi takaful di Indonesia tidak bertentangan dengan peraturan perundang-undangan yang berlaku, maka ada dua jenis produk yang ditawarkan oleh asuransi takaful yaitu :

1. Takaful Keluarga (asuransi jiwa)
2. Takaful Umum (asuransi umum)

Takaful Keluarga

Takaful Keluarga adalah bentuk takaful yang memberikan perlindungan finansial dalam menghadapi musibah kematian dan kecelakaan atas diri peserta takaful. Jika terjadi musibah kematian, maka keluarga/ahli waris korban yang akan menerima santunan dalam hal tidak ada ahli waris. Santunan akan diberikan kepada orang yang ditunjuk. Sedangkan jika terjadi kecelakaan (tidak menyebabkan kematian), maka santunan akan diterima oleh peserta yang mengalami musibah tersebut. Dalam operasionalnya, STI akan menawarkan beberapa macam produk takaful keluarga baik untuk perorangan maupun kolektif. Takaful keluarga untuk perorangan diantaranya adalah :

- a. Takaful Berencana
- b. Takaful Pendidikan
- c. Takafull Pembiayaan/Kredit

Sedangkan untuk takaful keluarga kolektif diantaranya adalah :

- a. Takaful Berjangka
- b. Takaful Kesehatan
- c. Takaful Pembiayaan/Kredit

Secara umum mekanisme kerja asuransi takaful keluarga dapat dilihat pada gambar 1 dengan penjelasan sebagai berikut :

1. Perusahaan asuransi dan peserta takaful mengadakan kontrak bagi hasil (mudharabah). Kontrak dibuat jangka waktu antara 10 - 30 tahun dan kisaran usia peserta antara 18 - 50 tahun.
2. Dalam perjanjian ini perusahaan bertindak sebagai pengelola dana (bukan pemilik dana) dan berkewajiban menginvestasikannya kedalam usaha-usaha yang tidak bertentangan dengan syari'ah serta berkewajiban untuk membayar klaim jika ada peserta yang terkena musibah.
3. Peserta takaful, diluar pihak berkewajiban menyerahkan sejumlah premi sesuai dengan kesepakatan dan peraturan yang ada.
4. Oleh pengelola, premi tersebut akan dibedakan menjadi dua kelompok rekening yaitu :
 - a. Rekening peserta, merupakan rekening tabungan peserta;
 - b. Rekening khusus, merupakan rekening derma/tabarru'.Jumlah yang terkumpul dari rekening ini akan digunakan untuk membayar klaim peserta jika mereka ada yang terkena musibah. Pengalaman di Malaysia, prosentase rekening khusus berkisar antara 2% - 12,5% dari total premi tergantung dari umur peserta dan jangka waktu pertanggungan (lihat tabel 1).

5. Pada saat jatuh tempo kontrak ataupun terjadinya klaim, maka pengelola/STI akan membayarkan kembali tabungan peserta (point 4.a) setelah dikurangi biaya administrasi, serta ditambah hasil investasi yang akan dibagikan kepada peserta dan perusahaan asuransi berdasarkan prosentase tertentu, misal 70% untuk peserta dan 30% untuk perusahaan.

Takaful Umum

Takaful umum adalah bentuk perlindungan finansial terhadap peserta atas musibah atau kecelakaan dari harta benda milik peserta takaful. Ada beberapa macam produk takaful umum yang ditawarkan STI, diantaranya adalah :

- a. Takaful Kebakaran
- b. Takaful Kendaraan Bermotor
- c. Takaful Kecelakaan diri/Perawatan/Pengobatan
- d. Takaful Pengangkutan laut, Udara dan Darat
- e. Takaful Rekayasa/Engineering dll.

Bentuk Takaful Umum ditentukan berdasarkan aturan-aturan sebagai berikut (lihat gambar 2).

1. Peserta takaful dapat terdiri dari perorangan, perusahaan komersial atau lembaga-lembaga lainnya.
2. Peserta dan perusahaan asuransi mengadakan kontrak bagi hasil (mudharabah).
3. Kontrak dibuat untuk jangka waktu 1 tahun dan bisa diperpanjang. Pada saat kontrak dibuat peserta sekaligus membayar sejumlah premi tertentu.
4. Premi yang terkumpul lalu diinvestasikan dan sebagainya digunakan untuk biaya operasional

perusahaan.

5. Hasil dari investasi dibagikan dengan prosentase tertentu, misal 50% : 50%.

Pasar Asuransi di Indonesia

Kehadiran asuransi tafakul (STI) di Indonesia akan menambah jumlah perusahaan asuransi yang secara resmi beroperasi di Indonesia. Data tahun 1992 menunjukkan jumlah perusahaan asuransi jiwa sebanyak 46 buah dan asuransi kerugian 91 buah. Jumlah ini tidak termasuk perusahaan asuransi luar negeri yang secara ilegal beroperasi di Indonesia.

Adanya perusahaan asuransi asing yang secara ilegal beroperasi di Indonesia menunjukkan bahwa potensi pasar di Indonesia masih cukup besar. Hal ini dikuatkan dari data industri asuransi tahun 1992 yang menunjukkan baru sekitar 5.5% penduduk Indonesia yang membeli polis asuransi jiwa (lihat tabel 2), sedang kenaikan rata-rata premi asuransi jiwa sebesar 20% (tabel 3). Jika angka-angka diatas dihubungkan dengan tingkat pertumbuhan perusahaan asuransi yang 12,2% pertahun (lihat tabel 4), dapat dikatakan bahwa dengan sedikitnya penduduk (5,5%) yang mengikuti program asuransi tetapi mempunyai tingkat pertumbuhan premi yang cukup tinggi (20%), maka dapat ditarik suatu kesimpulan, bahwa paling tidak :

- pasar yang sekarang ini ada masih sangat mungkin untuk dimasuki
- masih banyaknya penduduk yang belum ikut program merupakan pasar potensial raksasa.

Belum lagi kalau kita kaitkan dengan ukuran lain yang biasa digunakan untuk mengukur tingkat kejenuhan pasar asuransi di suatu negara. Untuk mengukur tingkat kejenuhan

pasar asuransi disuatu negara dapat dilakukan dengan cara membandingkan premi dengan produk domestik bruto (Abdulcadir, p.2). Di Indonesia, seperti terlihat pada tabel 3, rasionya masih dibawah 2%. Rasio 2% biasanya dipakai sebagai ukuran umum. Untuk negara sedang berkembang seperti Indonesia, industri asuransi dikatakan sudah jenuh jika rasionya sudah mencapai 2% atau lebih. Hal inilah disamping faktor lainnya, misalnya meningkatnya pendapatan masyarakat dll. yang menyebabkan mengapa ada beberapa perusahaan asuransi asing baik yang legal maupun ilegal beroperasi di Indonesia. Dan karena pasar masih sangat besar, maka mendorong banyak investor untuk memasuki bisnis per-asuransi-an, sehingga tingkat pertumbuhan jumlah perusahaan asuransi yang beroperasi di Indonesia cukup tinggi pula (12,2%). Sayangnya, tidak/ belum tersedia data tentang angka pertumbuhan premi rata-rata, berapa bagian pertumbuhan yang berasal dari pemegang polis lama (pasar lama) dan berapa bagian yang berasal dari pemegang polis baru (pasar baru) untuk keperluan analisis lebih lanjut.

Prospek dan Tantangan Takaful di Indonesia

Dari kenyataan diatas, maka dapat dikatakan bahwa kehadiran asuransi tafakul (STI) masih sangat mungkin. Bahkan jika dilihat dari faktor-faktor yang mempengaruhi seseorang membeli premi asuransi, seperti: tingkat pendapatan, tingkat kemakmuran, tingkat kesadaran seseorang dipengaruhi oleh pendidikan dan pengetahuannya, maka asuransi takaful mempunyai prospek yang cukup baik. Hal

ini disebabkan faktor-faktor diatas banyak mengalami peningkatan selama PJPT I. Selain faktor-faktor diatas, *sentimen agama* juga sangat menguntungkan kehadiran asuransi tafakul mengingat sebagian besar penduduk Indonesia beragama Islam.

Walaupun ada peluang yang begitu besar, bukan berarti asuransi tafakul secara otomatis dapat berhasil dengan baik, kecuali bila kesempatan tersebut dikemas dalam suatu strategi dan program pemasaran yang baik. Menurut Porter, ada 3 strategi umum yang dapat digunakan untuk sarana mencapai tujuan perusahaan/organisasi. Strategi-strategi tersebut adalah :

Overall Cost Leadership

Perusahaan yang memilih strategi ini dituntut untuk dapat mencapai biaya terendah pada bidang produksi dan distribusi, sehingga dapat menetapkan harga yang lebih rendah relatif terhadap pesaingnya untuk mendapatkan pasar yang lebih besar.

Differentiation

Perusahaan yang memilih strategi ini harus dapat beroperasi dengan kinerja (performance) yang lebih baik terhadap konsumen agar mendapatkan pasar yang lebih besar.

Focus

Perusahaan yang menerapkan strategi ini lebih baik melayani sekelompok/ segmen konsumen tertentu dari pada melayani sebagian besar konsumen. Dengan cara ini, perusahaan diharapkan lebih tahu akan kebutuhan dan keinginan dari konsumennya (target market) untuk dipenuhi/dipuaskan dan kemudian dapat menerapkan salah satu strategi diatas.

Dilihat dari mekanisme kerja dan produk yang ditawarkan serta rencana

operasionalisasinya-yang berarti juga programnya nampaknya STI lebih dekat kepada Overall Cost Leadership.

Untuk menekan biaya produksinya (terutama elemen biaya riset dan pengembangan produk yang nantinya dikapitalisir, dan dimaksudkan pula mengikuti Undang-undang No. 2 tahun 1992), maka STI tidak mengintroduksi produk baru (asli). Produk yang ditawarkan STI adalah sama dengan produk-produk yang ditawarkan oleh asuransi konvensional lainnya, sehingga produk STI merupakan **produk substitusi sempurna** dari produk-produk yang ditawarkan oleh asuransi konvensional, hanya saja diselaraskan dengan syari'at agama. Dengan konsep produk-seperti ini, yang juga merupakan inovasi produk, disamping dapat menjawab kebutuhan konsumen juga konsep ini sangat berpihak kepada konsumen/peserta tafakul. Disatu sisi produk STI dapat memenuhi core product yang dibutuhkan konsumen dan pada sisi yang lebih luas luas pula memenuhi keinginan konsumennya. Misalnya, dari segi budaya, peserta tafakul (pembeli produk STI) tidak hanya sebagai konsumen an-sich tetapi juga merupakan penyandang dana (mirip koperasi dengan asas dari oleh peserta dan untuk peserta); dari sudut pandang agama, produk STI lebih sesuai dengan keinginan dan kebutuhan konsumen yaitu mengkonsumsi produk yang tidak menimbulkan keraguan syar'i karena notabene masyarakat kita relatif masih lekat dengan nilai religi (ingat kasus isu lemak babi beberapa waktu lalu) dll.

Dari mekanisme kerja STI kita dapat melihat juga, bahwa premi yang dibayar peserta tidak sepenuhnya merupakan harga

nilai pertanggungan, karena, premi tersebut terdiri dari dua bagian yaitu tabungan peserta dan derma. Yang sebenarnya merupakan harga produk STI adalah elemen derma yang sangat kecil (2%-12,5%). Dengan demikian, maka sebenarnya produk STI relatif lebih murah dibanding produk asuransi konvensional; belum lagi kalau dimasukkan tambahan bagian keuntungan dari hasil investasi rekening tabungan peserta. Sehingga, dari dua hal diatas yaitu produk dan harga, nampaknya STI satu langkah lebih maju dari asuransi konvensional dalam menerapkan konsep dasar/falsafah pemasaran, yaitu STI lebih dekat menerapkan falsafah pemasaran yang berwawasan kemasyarakatan/societal marketing (konsep pemasaran plus), yang bertujuan tidak untuk kepentingan perusahaan tetapi juga untuk konsumen serta masyarakat dalam jangka panjang. Dengan adanya karakteristik produk dan harga seperti diatas, diperkirakan tidak hanya new buyers yang akan terdorong untuk berpartisipasi dalam takaful, tetapi "existing policy holders" juga diduga banyak yang beralih ke asuransi tafakul.

Salah satu sebab utama mengapa produk STI bisa dilempar dengan harga lebih murah adalah karena pemilihan strategi distribusi dan promosinya. Direncanakan, sistem jaringan distribusi yang akan digunakan STI berbeda dengan jaringan distribusi asuransi konvensional ataupun perusahaan lain pada umumnya, yaitu dengan cara membuka semacam "desk ataupun counter" yang "ditempelkan" pada perorangan, perusahaan lain, organisasi kemasyarakatan dan keagamaan dll, sehingga sepertinya tidak ada kantor cabang. Dengan sistem jaringan distribusi

seperti ini diharapkan tingginya overhead cost yang sering ditimbulkan oleh kantor cabang dapat dihilangkan, disamping sistem ini memberikan tingkat keluwesan yang sangat tinggi juga dapat menjangkau pasar yang lebih luas. Sedangkan untuk promosinya, jalan yang ditempuh nampaknya lebih tertumpu pada publisitas dan direct selling. Jalur ini ditempuh selain alasan klasik bahwa asuransi jarang menggunakan promosi serta alasan biaya, jalur ini diharapkan juga mempunyai efektivitas yang lebih tinggi terutama untuk membangun citra, berupa "public image". Terlebih lagi bila jaringan distribusi selain difungsikan sebagai sales agent, juga dapat difungsikan sebagai "information dissemination center" yang salah satu tugasnya adalah mempromosikan produk STI. Hal ini kiranya cukup beralasan karena desk atau counter sebagai saluran distribusi dipercayakan kepada tokoh masyarakat dan keagamaan atau kepanjangan darinya serta pihak-pihak lain yang "credible", biasanya menjadi kelompok referensi atau panutan.

Walaupun nampaknya prospek STI begitu terbuka dan cerah, kehadiran STI bukannya tanpa tantangan. Diantara beberapa tantangan yang ada, yang pertama dan paling utama datang dari perusahaan pesaing. Perusahaan-perusahaan pesaing yang terlebih dahulu mempunyai pengalaman dibidang perasuransian tentunya tidak akan tinggal diam, dan mereka sangat mungkin akan melakukan strategi tandingan. Diantara strategi yang paling mungkin dilakukan adalah melakukan perombakan-perombakan, misalnya dibidang konsep produk dan strategi harga/premi asuransi. Dalam konsep produk, pihak asuransi konvensional

dengan mudah dapat menawarkan produk yang kurang lebih sama dengan STI. Demikian pula halnya dengan harga, pihak asuransi konvensional mungkin akan menengok kembali struktur biaya, dan akan melakukan pemangkasan-pemangkasan biaya yang paling mungkin dilakukan. Salah satu jalan yang dapat dilakukan, misalnya dengan "memendekkan struktur organisasinya", sehingga strukturnya menjadi lebih "flat" seperti yang populer di Amerika beberapa waktu terakhir ini. Dengan banyak berkurangnya middle management, selain dapat mengurangi beban overhead cost, yang akhirnya dapat menurunkan harga/premi, juga diharapkan perusahaan lebih responsif terhadap perubahan lingkungan perusahaan yang dinamis.

Masalah kedua yang perlu mendapat perhatian STI adalah pasar sasaran. Ada banyak permasalahan yang terjadi diseputar pasar sasaran ini, pertama sebagian besar umat Islam yang menjadi kelompok pasar utama umumnya tergolong berpenghasilan menengah kebawah. Rendahnya penghasilan ini akan membawa konsekuensi lain yang juga banyak, misalnya mereka lebih cenderung untuk mencukupi kebutuhan dasar/fisiologisnya dari pada kebutuhan keamanan/safety dimana asuransi termasuk didalamnya. Kedua, rendahnya kesadaran masyarakat untuk ber-asuransi. Rendahnya kesadaran ini tidak hanya dialami oleh kelompok yang berhasil rendah yang merupakan konsekuensi logisnya, tetapi juga dialami oleh mereka yang tergolong berpenghasilan menengah keatas. Ada beberapa variabel yang mungkin menjadi penyebabnya, misalnya adanya beberapa

pengalaman praktek asuransi yang tidak fair (sulitnya pengurusan klaim, isi polis tidak sesuai dengan yang diutarakan sales representatifnya dll); faktor budaya "pasrah" dan faktor religi yang menimbulkan persepsi tertentu terhadap asuransi, sehingga dengan berasuransi seolah-olah mereka menggadaikan jiwanya.

Untuk menangani masalah kedua tersebut STI dituntut untuk dapat melaksanakan program pemasarannya dengan baik, khususnya di bidang promosi, yaitu dengan cara "mendidik konsumen". Hal ini sudah barang tentu akan memakan biaya dan waktu yang sangat lama.

Masalah ketiga yang dihadapi adalah berkenaan dengan pemilihan strategi distribusinya. Walaupun diatas dikatakan bahwa strategi tersebut memberi keuntungan biaya rendah dan tingkat keluwesan yang tinggi serta mempertinggi "accessability" konsumen, namun strategi ini ada beberapa kelemahannya. Kelemahan utamanya adalah adanya semacam "hallo effect" atau secara mudah dapat dikatakan sebagai "kesan pertama" yang sudah merasuki masyarakat kita, yang biasanya menilai bonafiditas suatu usaha dilihat dari penampilan fisiknya. Bila ini benar/terjadi, maka strategi penempatan produk STI yang sudah dicanangkan sebagai "produk berkualitas (memberikan kepuasan tertinggi relatif terhadap produk sejenisnya) dengan harga murah, serta dengan tingkat accessability yang tinggi" dapat terganggu karenanya.

Hal lain yang perlu diperhatikan adalah rendahnya tabarru' yang akan digunakan untuk membayarklaim jika suatu ketika terjadi musibah. Hal ini berkaitan dengan belum tersedianya instrumen untuk

pengalihan dan/atau penyebaran resiko, misalnya dengan cara retakaful. Sehingga bagi pengelola takaaful, exposure risikonya terlalu tinggi. Apabila jika perusahaan-perusahaan yang akan digunakan untuk penanaman investasinya belum mapan, dikhawatirkan keuntungan investasi sangat rendah. Masih terkait dengan belum tersedianya tempat penanaman investasi yang mapan adalah ada atau tidaknya kepastian hukum berupa perangkat lunak yang mengatur akad mudharabah dana peserta (rekening tabungan peserta) yang akan diinvestasikan STI. Dalam hal investasinya menguntungkan, maka peserta tafakul akan mendapatkan bagian keuntungan tertentu. Sebaliknya, apabila investasinya ternyata mengalami kerugian, maka bagaimana posisi peserta takaful? Sebagai konsekuensi logis dari akad mudharabah adalah peserta tafakul juga seharusnya ikut mendapat bagian kerugian tersebut (ikut menanggung resiko). Hal ini nampaknya belum/tidak ter-cover dalam sistem operasional STI, kecuali untuk takaful umum. Dalam sistem operasional takaful umum dikatakan, bila biaya operasional tidak mencukupi (dan juga bila ada kerugian), maka kekurangannya akan diambilkan dari rekening penyertaan modal; bagaimana dengan takaful keluarga? Apakah diberlakukan hal yang sama? Kalau demikian halnya, apakah hal ini cukup fair untuk penerapan konsep mudharabah. Beberapa hal inilah yang dikhawatirkan pada ujung-ujungnya nanti tidak/kurang menarik minat para peserta takaful. Untuk mengatasi masalah ini tidaklah mudah, karena disatu pihak STI harus mampu menghimpun peserta dalam jumlah yang sangat banyak, dan disisi yang lain STI

harus mampu membangun sendiri kerajaan bisnis atau paling tidak mengadakan kemitraan usaha dengan pihak lain yang profitable dan syari'ati untuk investasi dari dana premi yang dihipunnya, serta STI harus pula melengkapi perangkat lunak yang cukup lengkap dan mudah dimengerti oleh (calon) peserta tafakul. Disamping itu, sudah harus pula mulai dipikirkan bagaimana bisa mendapatkan perusahaan re-asuransi (re-tafakul)nya.

Khotimah

Oleh karena STI baru akan dibuka pada bulan Juni 1994 (1 Muharram 1414)

mendatang, maka sudah barang tentu kita belum tahu apa yang akan terjadi dengan STI ini. Dengan melihat beberapa tantangan yang mungkin akan dihadapinya, sudah seharusnya pihak STI melakukan antisipasi jauh didepan dengan melakukan pengkajian alternatif-alternatif pemecahan masalahnya, sehingga STI dapat berjalan seperti yang diinginkan.

Mudah-mudahan "bayi kedua lembaga ekonomi Islam di Indonesia" ini dapat tumbuh dan berkembang sesuai dengan apa yang diharapkan umat dan mendapat ridlo Allah SWT.

Tabel 1 : Sumbangan Tabarru' Pada Rekening Khusus Peserta

Umur	Periode/Jangka Waktu Pertanggungan (tahun)						
	10	15	20	25	30	35	40
18 - 25	2,0%	3,5%	5,0%	5,5%	7,5%	9,5%	12,5%
26 - 30	2,0%	3,5%	5,0%	6,5%	9,0%	12,5%	
31 - 40	2,5%	4,5%	6,5%	9,0%	12,5%	-	-
36 - 45	3,5%	6,0%	9,0%	12,5%	-	-	-
41 - 45	5,0%	8,5%	12,5%	-	-	-	-
46 - 50	7,0%	12,5%	-	-	-	-	-
51 - 55	12,5%	-	-	-	-	-	-

Sumber: Yusof, 1993

Tabel 2 : Perbandingan Jumlah Pemegang Polis Asuransi Jiwa dan Jumlah Penduduk

TAHUN	JUMLAH PEMEGANG POLIS (a)	JUMLAH PENDUDUK (b)	a/b %
1987	3.462,759	172,099,540	2,01%
1988	3,934,604	175,588,836	2,24%
1989	5,329,536	179,136,110	2,98%
1990	7,843,825	179,322,000	4,37%
1991	9,220,183	186,123,631	4,95%
1992 *)	10,596,541	192,000,000	5,52%

*) sementara

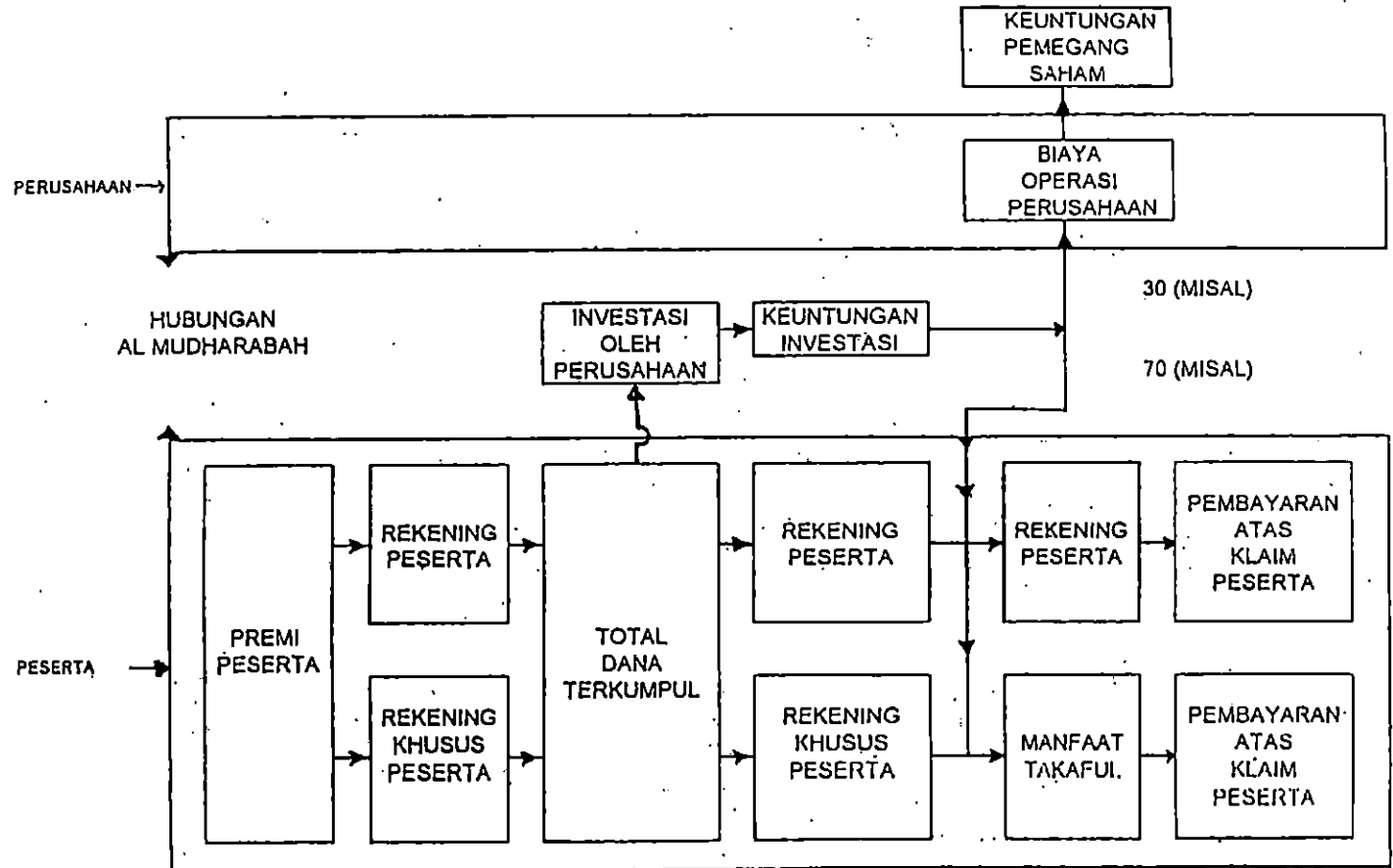
Tabel 3
Perbandingan Premi Bruto Terhadap
Produk Domestik Bruto (GDP)

TAHUN	GDP (a)	PERTUMBUHAN %	PREMI (b)	PERTUMBUHAN %	RATIO %
1987	124,816.9	-	1,400.4	-	1.12
1988	142,104.8	13.85	1,537.5	9.79	1.08
1989	167,494.7	17.87	1,832.4	19.18	1.09
1990	197,721.0	18.05	2,254.7	23.05	1.14
1991	226,508.6	14.56	2,655.6	17.78	1.17
1992	229.000.0	1.10	3.212.0	20.95	1.40

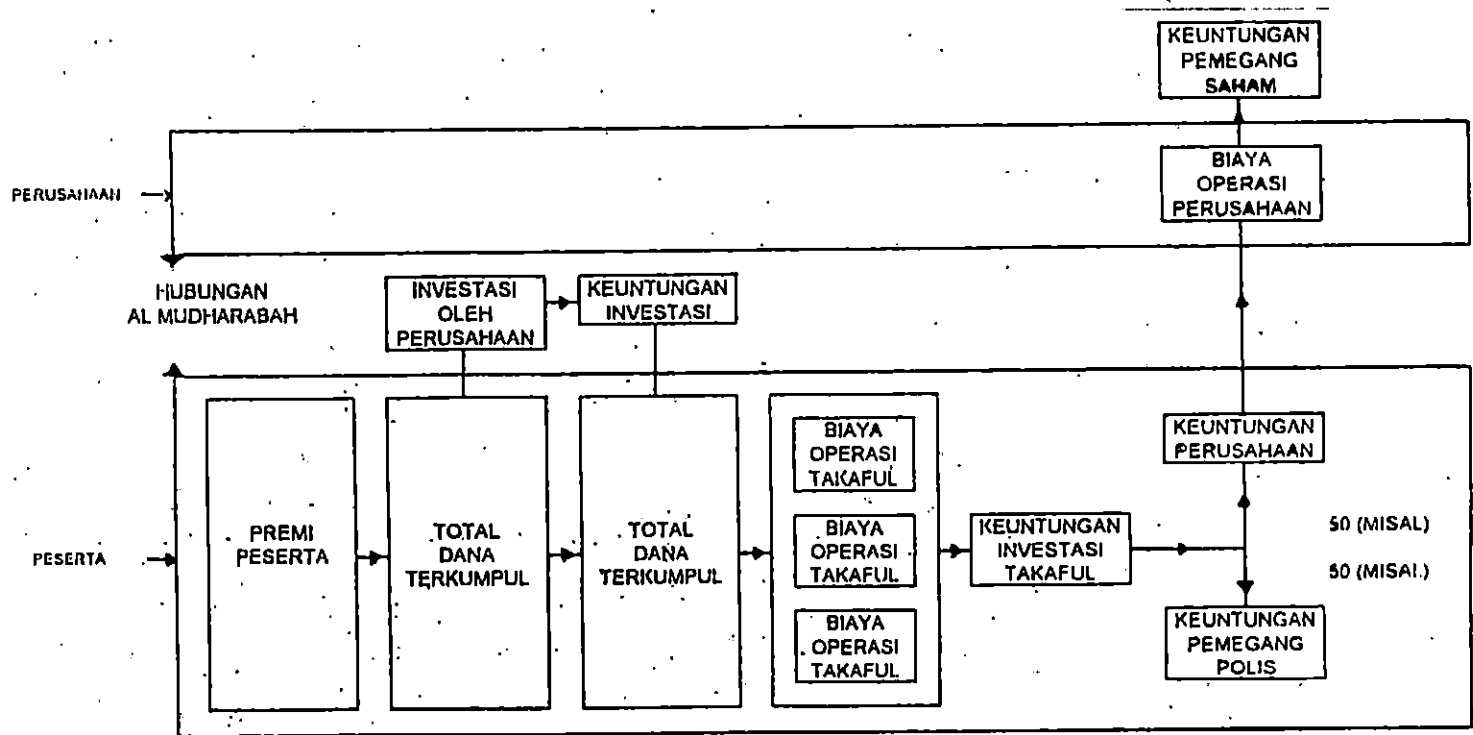
Tabel 4
Struktur Pasar Asuransi Indonesia
Tahun 1987 - 1992

KETERANGAN	1987	1988	1989	1990	1991	1992	PERTUMBUHAN RATA-RATA %
ASURANSI JIWA	26	30	31	37	41	46	12.22
ASURANSI SOSIAL	5	5	5	5	5	5	0.00
ASURANSI KERUGIAN	68	74	74	83	90	91	6.11
PERUSAHAAN REASURANSI	4	4	4	4	4	4	0.00
J U M L A H	103	113	114	129	140	146	7.31
BROKER ASURANSI	48	58	60	63	67	70	8.02
ADJUSTER	12	13	14	16	18	21	11.90
KONSULTAN AKTUARIA	5	8	14	17	18	19	33.57

Gambar 1
Mekanisme Kerja
Life (Family) Insurance



Gambar 2
Mekanisme Kerja
General Insurance



DAFTAR PUSTAKA

Abdulcadir, Purwanto: Prospek Asuransi Takaful di Indonesia. Makalah Seminar, Jakarta, 1993.

Basyir, Achmad Azhar: Asuransi Takaful Sebagai Suatu Alternatif. Makalah Seminar. Jakarta, 1993.

Kotler, Philip: Marketing Management. Prentice Hall, 1994.

LPAAI-UII: Kumpulan Makalah Seminar Sehari Hukum Islam Tentang Asuransi, Yogyakarta, 1991..

Porter, Michael. Competitive Strategi.

William, Jr. & Heins: Risk And Insurance Management, 1989.

Undang-undang No. 2 tahun 1992. Sinar Grafika, Jakarta, 1992.

Yusof, Mohd. Fadzli: Towards An Islamic System Of Insurance. Makalah Seminar, Jakarta, 1993.